

〈「40～44才」働く男性に関する意識調査〉

## 職場で最も頼りにされている世代 1位「40～44才」 一方、半数以上が評価・給料に不満あり

9割以上がセルフブランディングに対する意識があり  
 全年代平均と比べ、「体(健康、身だしなみ、見た目)」「技(ビジネススキル)」を重視する傾向に

40才からの男性向け化粧品ブランド「ルシード」を展開する株式会社マンダム(本社:大阪市、社長執行役員:西村元延)では、「副業」「パラレルワーク」などの新しい働き方や、「人生100年時代」という考え方が注目されている時代における今働きざかりのロスジェネ(ロスジェネレーション)世代36～48才の中心年代である「40～44才」男性の仕事やセルフブランディングに対する意識調査を実施しましたのでご報告致します。

【調査概要】 時期:2018年9月～10月 対象:25～54才の働く男性1,236名 方法:インターネット調査

調査の結果、「40～44才」のロスジェネ世代の中でも中心となる年代は職場で最も頼りにされている一方で、半数以上が会社の評価・給料に不満を持っていることが分かりました。また、彼らにセルフブランディング(自分自身の付加価値を高める行動)に対する意識を聞いてみると9割以上が意識しており、その目的の1位は「他の会社でも活躍できるスキルを得ること」という事が分かりました。さらに、セルフブランディングの中でも「体(健康、身だしなみ、見た目)」が最も重要であると回答した割合が全年代平均と比べて高い結果となりました。また、「人生100年時代」に対する意識について、半数は「避けて通れないこと」と回答しており、「人生100年時代」の中で、ひとつの会社に頼らずとも時代を生き抜く力を求めて虎視眈々と自らを磨く姿が浮かびあがる結果となりました。

### 【サマリー】

- ◆会社で最も頼りにされているのは「40～44才」のロスジェネ中心年代  
72.8%が「自分たちが最も頼られている世代」と感じており、自意識も1位
- ◆頼りにされている一方で、会社からの評価・給料に不満を持つ40～44才、  
「会社からの評価に不満 56.1%」 「現在の給料に不満 65.2%」
- ◆虎視眈々と新たな道を狙う? 40～44才の今の会社に対しての気持ち  
1位は「他によいところがあれば、いつでも転職する 32.0%」
- ◆セルフブランディングの必要性 「40～44才 92.3%」  
セルフブランディングの目的1位は「他の会社でも活躍できるスキルを得る」
- ◆40～44才はセルフブランディングにおいて全年代平均と比べ、  
「体(健康、身だしなみ、見た目)」「技(ビジネススキル)」を重視する傾向に
- ◆40～44才の「体」に関するセルフブランディングは健康に関わる事が比較的高く、  
身だしなみに関わる事では「服装・ファッション」よりも「体臭」、「ヘアスタイルを変える」  
よりも「スキンケア」と体そのものに対するケア意識が高い

この件に関するお問い合わせ先

株式会社マンダム  
広報部

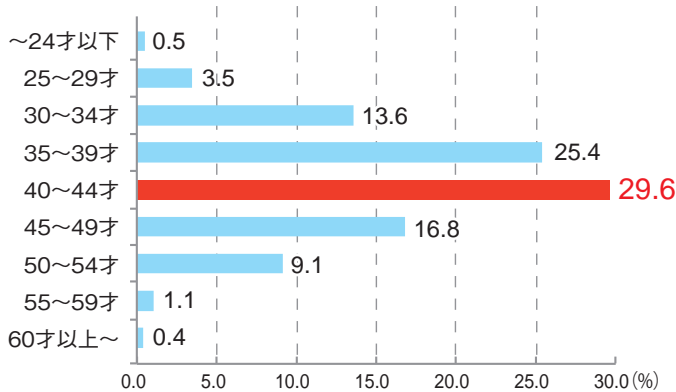
●大阪本社 奥田／酒井／佐藤  
 ●東京オフィス 下川／村上／萩原／片岡／奥／五嶋  
 ●プレスメール press@mandom.co.jp ●マンダムwebサイト

TEL.06-6767-5021 FAX.06-6767-5045  
 TEL.03-5766-2485 FAX.03-5766-2486  
<https://www.mandom.co.jp/>

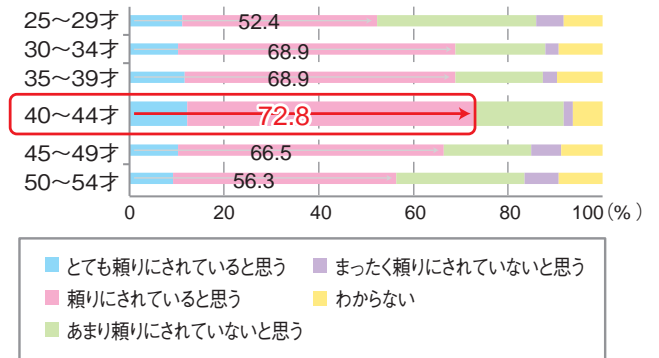


## ◆会社で最も頼りにされているのは「40～44才」のロスジェネ中心年代 72.8%が「自分たちが最も頼られている世代」と感じており、自意識も1位

■ あなたのお勤め先において「最も頼りにされている世代」はどの世代だと思いますか?(SA、n=1,236)



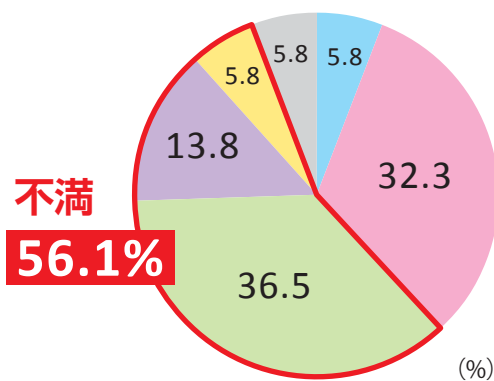
■ あなたのお勤め先において、あなたご自身の世代は、他の世代と比べてどの程度「頼りにされている」と感じますか?(SA、n=1,236)



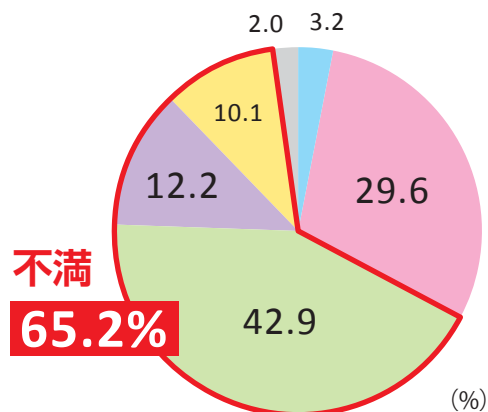
職場で最も頼りにされている世代は、ロスジェネ中心年代である「40～44才」が29.6%で最も高く、次いで「35～39才」となっていることからロスジェネ中心年代は、現在職場で最も頼りにされる存在となっていることがわかります。さらに、自分自身が職場で他の世代と比べて「頼りにされている」と思うか聞いてみると、40～44才は72.8%と、全世代の中でも「頼りにされている」意識が最も高く、周囲からの評価だけでなく、「自分達が頼られている世代である」と自覚しているようです。

## ◆頼りにされている一方で、会社からの評価・給料に不満を持つ40～44才、「会社からの評価に不満 56.1%」 「現在の給料に不満 65.2%」

■ 会社からの評価に満足していますか?  
(SA、n=189、40～44才)



■ 会社からの給料に満足していますか?  
(SA、n=189、40～44才)

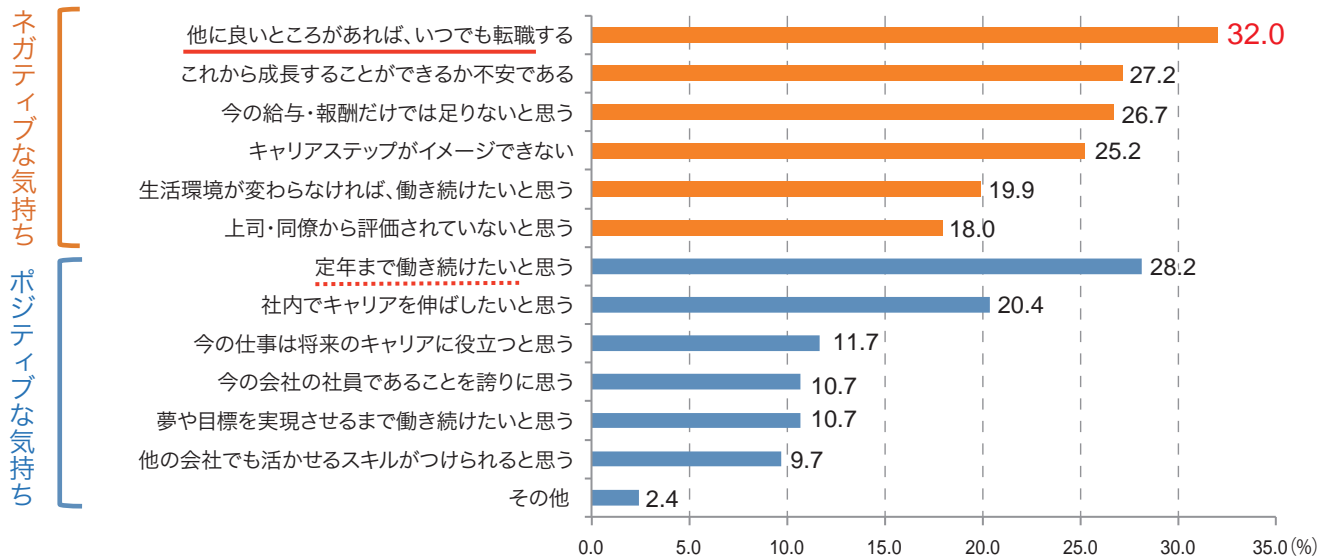


■ とても満足している   
 ■ 満足している   
 ■ あまり満足していない   
 ■ 不満である   
 ■ 非常に不満である   
 ■ わからない

そんな40～44才に会社からの評価と給料の満足度を聞いたところ、「会社からの評価に不満 56.1%」「会社の給料に不満 65.2%」と、頼りにされている一方で、働きに対する恩恵があまり感じられていないという40～44才の現状に対する不満が感じられる結果となりました。

## ◆虎視眈々と新たな道を狙う？ 40～44才の今の会社に対する気持ち 1位は「他によいところがあれば、いつでも転職する 32.0%」

■ 現在働いている会社に対するあなたの現在の気持ちとして、あてはまるものをすべてお選びください (MA、n=206、40～44才)

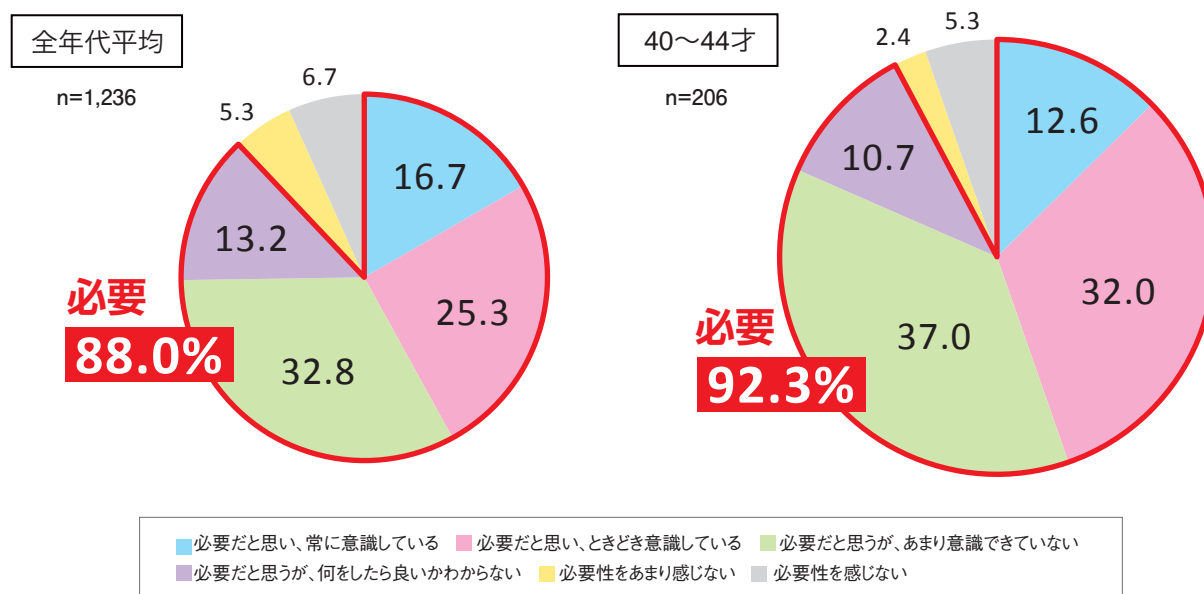


さらに、現在の会社に対する気持ちを聞いてみたところ、全体的にネガティブな気持ちを表す項目が高く、1位は「他によいところがあれば、いつでも転職する 32.0%」という結果となりました。

2位が「定年まで働き続けたい 28.2%」となっていることから、安定志向を持ちつつも、虎視眈々と新しい道を狙うロスジェネ中心年代のインサイトが浮かび上がる結果となりました。

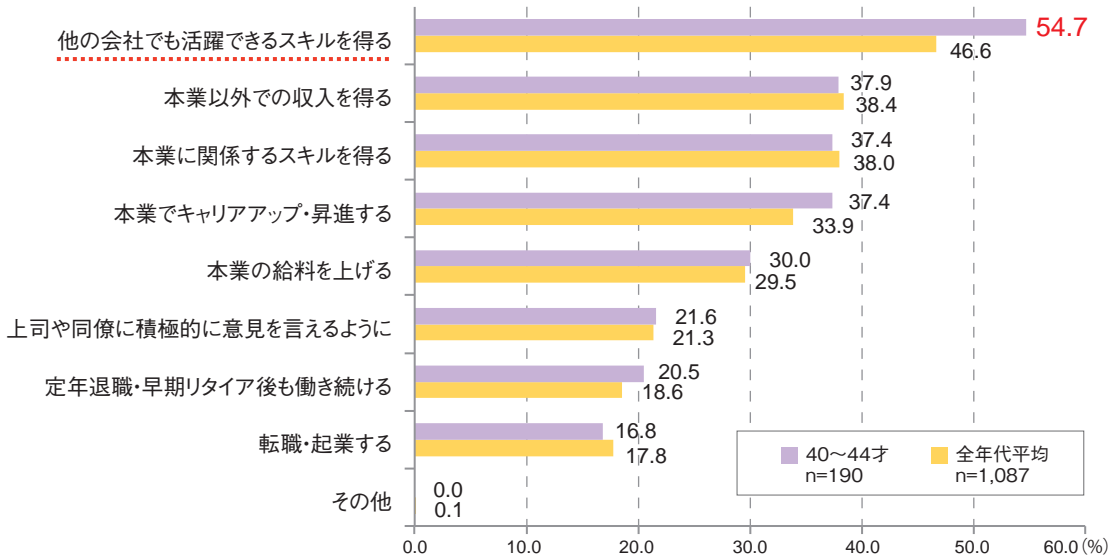
## ◆セルフブランディングの必要性 「40～44才 92.3%」 セルフブランディングの目的1位は「他の会社でも活躍できるスキルを得る」

■ セルフブランディング(自分自身の付加価値を高める行動)に対する意識は？ (SA)



「副業元年」「人生100年時代」と言われている時代の中で、自分自身の付加価値を高める「セルフブランディング」の必要性を聞いたところ、40～44才の9割が必要性を感じており、全年代平均と比べても高い結果となりました。

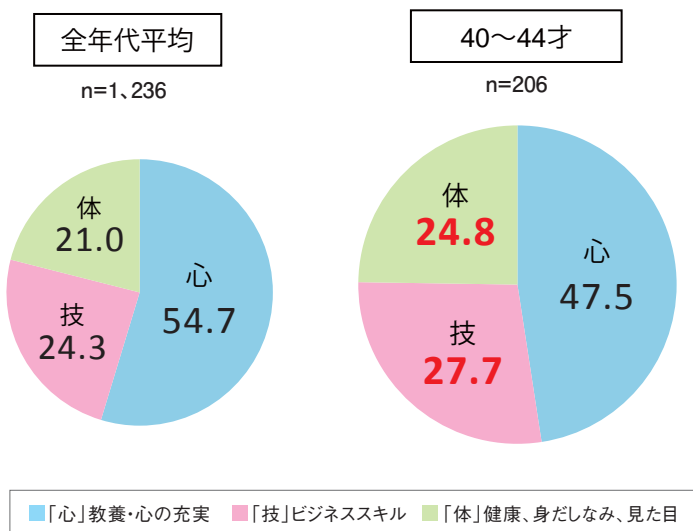
■ 「セルフブランディング」で実現したい事は? (MA)



さらに、**ロスジェネ世代がセルフブランディングで実現したい事の1位は「他の会社でも活躍できるスキルを得る」と54.7%が回答し、全年代平均よりも特に高い事**が分かりました。ロスジェネ中心年代である40~44才は今、社内で最も頼りにされ、職場の中心年代であるにも関わらず、会社からの評価や給料にも満足できず、「他の会社でも活躍できる能力」の必要性を感じ、セルフブランディングへの意識が高い世代となっています。

◆40~44才はセルフブランディングにおいて全年代平均と比べ、「体(健康、身だしなみ、見た目)」「技(ビジネススキル)」を重視する傾向に

■ 「セルフブランディング」において、「心」「技」「体」で最も重要なものは? (SA)

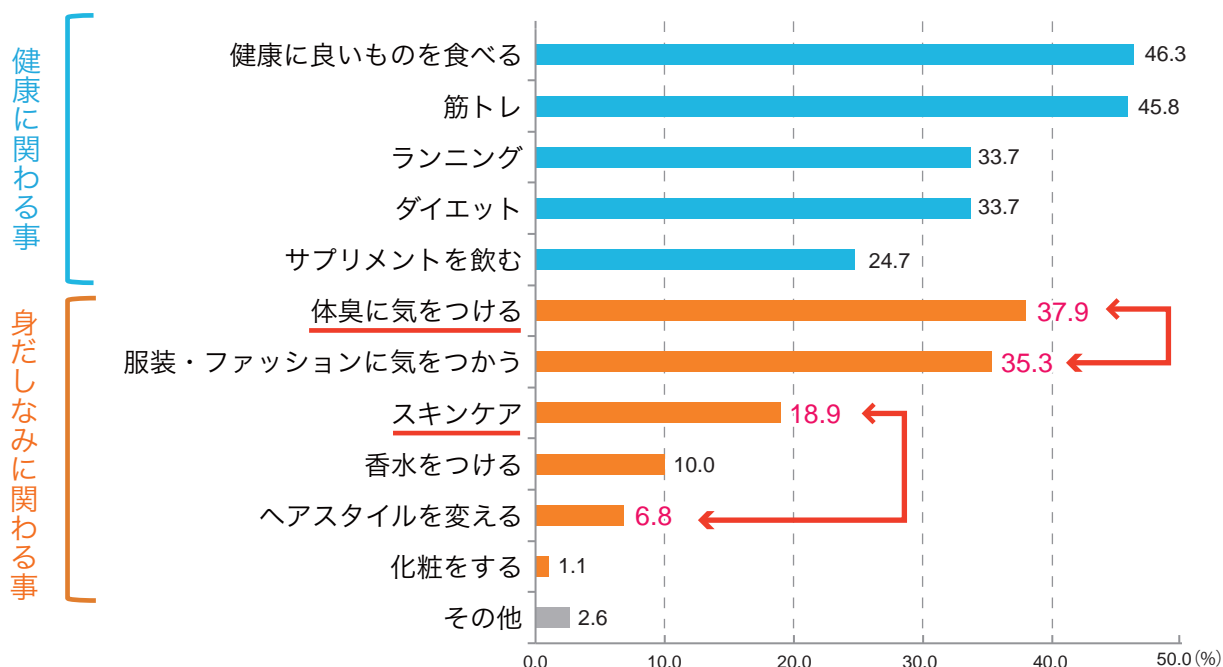


セルフブランディングにおける「心」「技」「体」それぞれの重要度を聞くと、40~44才は加齢変化が表れ始める年代で意識が高いのか、それとも「人生100年時代」を生き抜くには体が資本ということなのか、**全年代平均と比べ「体」を重要視している方が多い結果となりました。**

また、「技」を重要視する割合も比較的高く、「他の会社でも活躍できるスキル」を求める40~44才の傾向が表れる結果となりました。

◆40～44才の「体」に関するセルフブランディングは健康に関わる事が比較的高く、身だしなみに関わる事では「服装・ファッション」よりも「体臭」、「ヘアスタイルを変える」よりも「スキンケア」と体そのものに対するケア意識が高い

■「体…健康、身だしなみ、見た目」の「セルフブランディング」に興味あることは? (MA、n=190、40～44才)



セルフブランディングにおける「体(健康、身だしなみ、見た目)」要素の中で、40～44才が興味のある内容を健康に関わる事、身だしなみに関わる事に分類して見て見ると、健康に関わる事においては「健康に良いものを食べる」が最も高い数値となりました。一方、身だしなみに関わる事においては、「服装・ファッションに気を使う 35.3%」よりも「体臭に気を付ける 37.9%」が高く、「ヘアスタイルを変える 6.8%」よりも「スキンケア 18.9%」が高いなど、それぞれ、手軽に装ったり、繕ったりする方法よりも体そのもののケアが必要になってくる項目の方が数値が高く、ロスジェネ中心年代のケア意識の高さが明らかになりました。